

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE CONSUMO EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN 2022

INTRODUCCIÓN

La campaña de inspección de establecimientos de alimentación se centró en aspectos que deben cumplir los establecimientos desde el punto de vista de consumo, como son los distintos requisitos generales que deben cumplir en cuanto a exposición de precios, corrección en la información exhibida, etc., y no entró en los requisitos técnico-sanitarios ni de calidad de los productos que venden, ni de los establecimientos en sí, ya que estos son objeto de seguimiento y control por parte de los servicios adscritos a Madrid Salud.

OBJETIVOS

Los objetivos de la campaña fijados en el protocolo de actuación son:

- El control sobre aspectos generales de la publicidad.
- La comprobación del cumplimiento de la normativa general en lo relativo a la exhibición de precios, y de anuncio y tenencia de hojas de reclamaciones.
- Asegurar el cumplimiento, en lo relativo a los derechos de las personas consumidoras, de obtener un documento justificativo de la transacción efectuada.

NORMATIVA APLICABLE

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias y sus modificaciones.
- Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de la Comunidad de Madrid.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y

usuarios.

- Real Decreto 244/2016, de 3 de junio, por el que se desarrolla la Ley 32/2014, de 22 de diciembre, de Metrología.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La Campaña de Inspección y Control de Consumo en Establecimientos de Alimentación ha sido efectuada durante el año 2022 por Inspectores Técnicos de Calidad y Consumo de los Distritos de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal.

Se han realizado un total de 1.925 inspecciones, de las cuales 1.051 han sido en primera visita y 874 han sido visitas de comprobación.

En los 1.051 establecimientos controlados se han registrado irregularidades en 891 el 84,8% de los mismos.

Tras realizar las visitas de comprobación persistían irregularidades en 244 establecimientos con lo que el porcentaje de irregularidades disminuyó hasta el 23,2%.

RESULTADOS

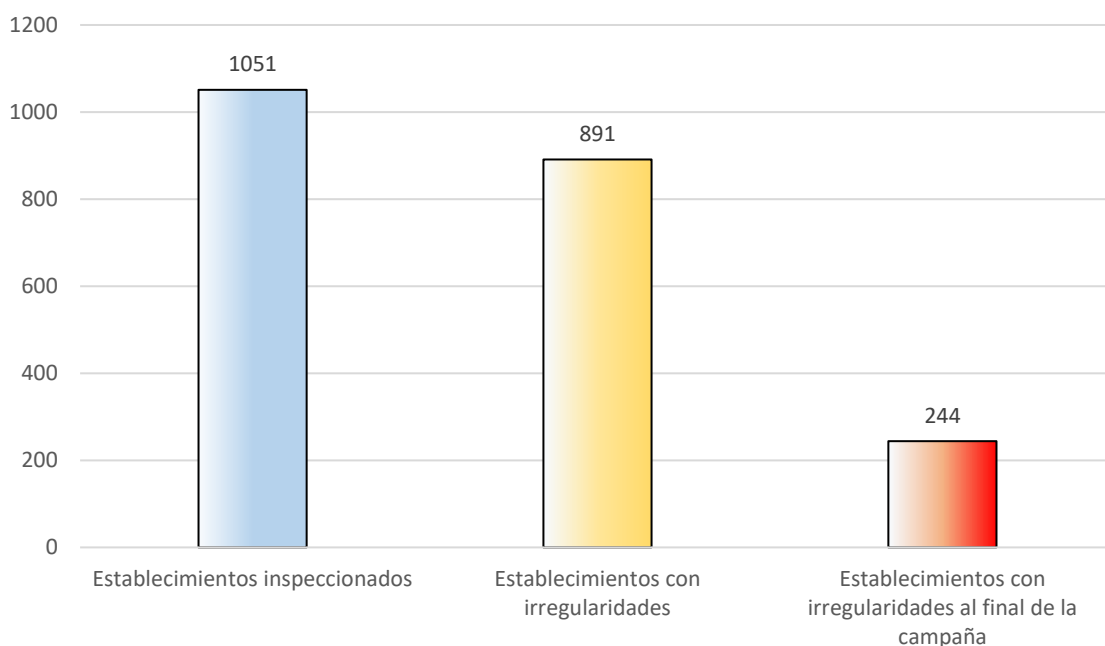
INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	1.925
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS	1.051
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	891 (84,8%)

HORARIO	%SI	%NO
Tiene expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	80,7	19,3
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN		
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o engaño	69,7	30,3
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	63,8	36,2
EXHIBICIÓN DE PRECIOS		
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo (n=373)	69,7	30,3
Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición del consumidor en el interior del establecimiento	64,0	36,0
Se exhibe el precio por unidad de medida de aquellos artículos que deban llevarlo	54,7	45,3
Exhiben, en su caso, de forma visible las tarifas de precios de los servicios ofertados (n=265)	92,8	7,2
Están correctamente anunciados los precios de venta en los folletos o en cualquier otra forma de publicidad con indicación de precio	85,0	15,0
Los precios son inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles, situados en el mismo campo visual y son visibles para el consumidor sin necesidad de que se tenga que solicitar dicha información	85,9	14,1
Existe coincidencia entre los precios exhibidos en carteles, lineales, escaparates, folletos y publicidad	97,1	2,9
Existe coincidencia entre los precios exhibidos y los precios cobrados	98,2	1,8
MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS		
Se aceptan los medios de pago admitidos legalmente.	99,1	0,9
En caso de existir excepciones, se anuncian en el establecimiento y/o documentos contractuales.	73,5	26,5
Se admiten toda clase de billetes.	97,6	2,4
Se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas.	99,9	0,1
En caso de existir excepciones estas se anuncian	81,1	18,9

VERIFICACIÓN Y DESTARE	%SI	%NO
Las balanzas tienen correctas las etiquetas de verificación	52,2	47,8
Los precintos están correctos	74,1	25,9
El destare se realiza correctamente	78,3	21,7
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA		
Se expide documento justificativo de los pagos efectuados.	96,6	3,4
En el documento anterior consta: -número y en su caso serie.	98,0	2,0
-la identidad personal o social y NIF del proveedor	79,4	20,6
-la dirección del proveedor	91,7	8,3
-la cantidad abonada	99,5	0,5
-tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	92,7	7,3
-el concepto	85,8	14,2
-la fecha.	98,9	1,1
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	86,1	13,9
Ausencia de cláusulas abusivas en este documento.	96,7	3,3
HOJAS DE RECLAMACIONES		
Tienen a disposición de las/os consumidoras/es hojas de reclamaciones	80,1	19,9
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	77,3	22,7

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Los datos generales de la campaña muestran que en los 1.051 establecimientos inspeccionados 891 tenían alguna irregularidad con respecto a la normativa de consumo, lo que supone en términos relativos, un 84,8%, con posterioridad y tras una visita de comprobación el número de establecimientos en los que persistían irregularidades disminuye a 244 lo que significa que al final de la campaña el 23,2% de los establecimientos presentaban alguna irregularidad.



Las infracciones más significativas en materia de consumo detectadas han sido:

HORARIO

No tienen expuesto el horario de atención al público en lugar visible en el 19,3% de los establecimientos visitados.

PUBLICIDAD E INFORMACIÓN

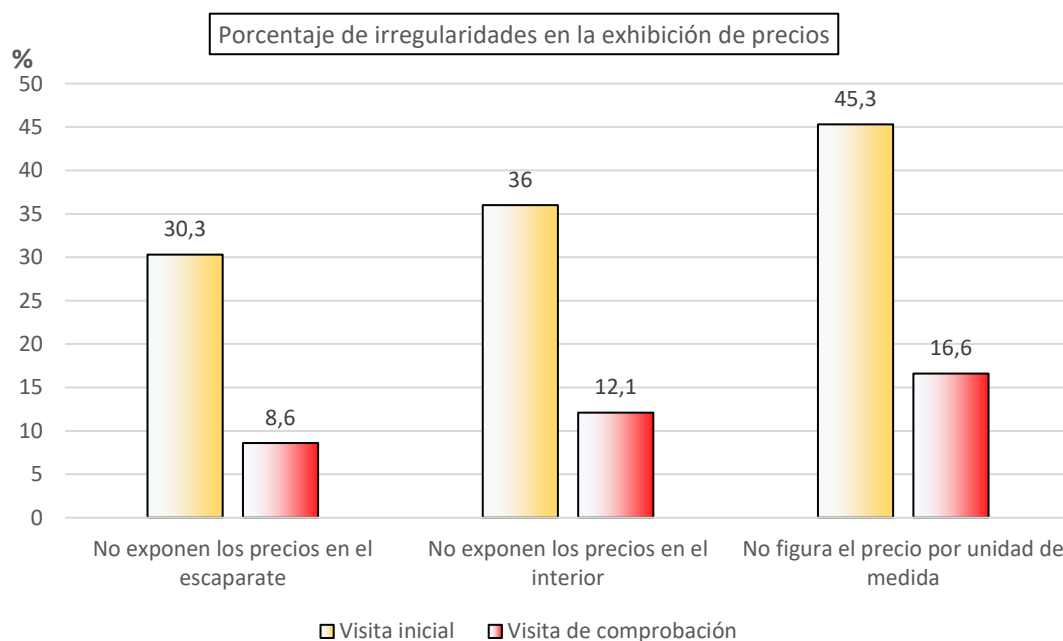
En este módulo las infracciones más destacadas fueron que en el 30,3% de los casos la información podía inducir a error al consumidor y por otro lado no se facilitaba la información precontractual obligatoria en un 36,2% de los casos.

EXHIBICIÓN DE PRECIOS

En este módulo se lo más significativo fue:

- No exponían los precios en el 30,3% de los escaparates.
- No exponían los precios en el interior del 36,0% de los establecimientos.
- No figuraba el precio por unidad de medida en el 45,3% de los casos que se controlaron y que era preceptivo hacerlo.

A continuación, se exponen los datos gráficamente:

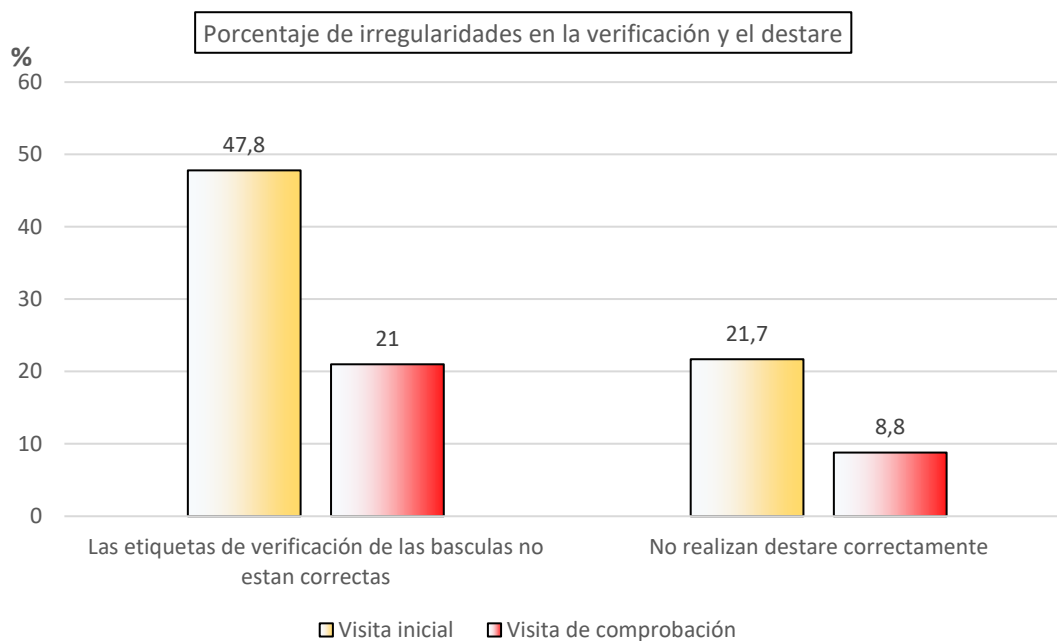


MEDIOS DE PAGO

Por lo general se admiten todos los medios de pago, existe un problema algo mayor con los billetes grandes que no se admiten en un 2,7% de los casos, y en los pocos casos en los que existen excepciones a la medios de pago no se informa de manera correcta en el 26,5% de los casos.

VERIFICACIÓN Y DESTARE

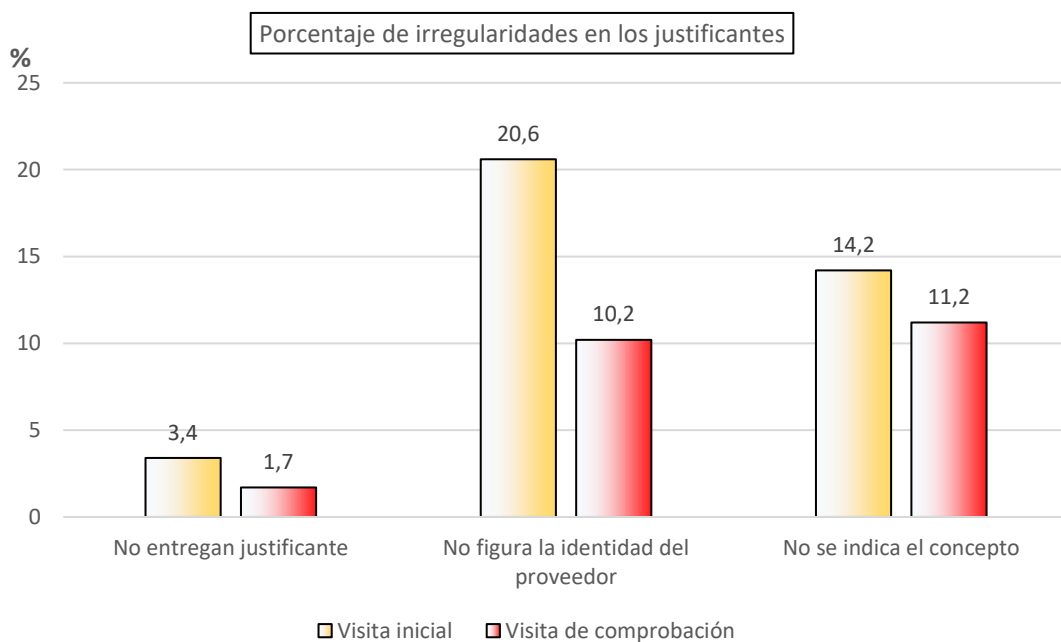
Casi la mitad de las balanzas controladas, el 47,8%, presentan irregularidades en las etiquetas de verificación, y en un 21,7% de los establecimientos que realizan operaciones de pesada no se realiza el destare correctamente.



DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

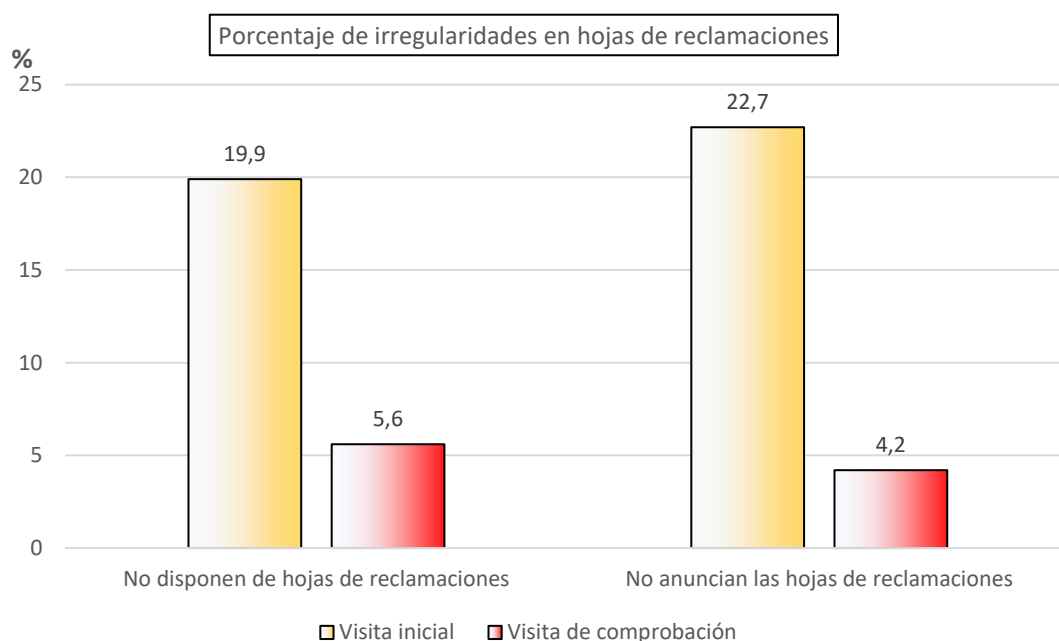
No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 3,4% de los establecimientos inspeccionados.

En cuanto a los justificantes de compra, la principal irregularidad que presentan es que no figura la identidad personal o social y fiscal del proveedor en el 20,6% de dichos justificantes.



HOJAS DE RECLAMACIONES

En el 19,9% de los establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 22,7% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



El nivel de infracciones registrado tras la primera visita ha sido muy elevado, el 84,8%, si bien tras la visita de comprobación el nivel se ha visto sensiblemente reducido, al 23,2%, tanto el elevado nivel inicial como el gran número de establecimientos existentes hacen aconsejable extender la campaña durante el 2023.